

アプリサービスご担当者様必見！

ポストIDFA時代における

アプリマーケティング解説

IDFA

ポスト
IDFA



おもてなしを科学する

e-Agency

Data-Driven Marketing Agency

TOKYO , KYOTO , SHANGHAI , SINGAPORE

JAKARTA , KUALA LUMPUR , BANGKOK

CONFIDENTIAL



Google Marketing Platform
Sales Partner

Google Cloud
Partner



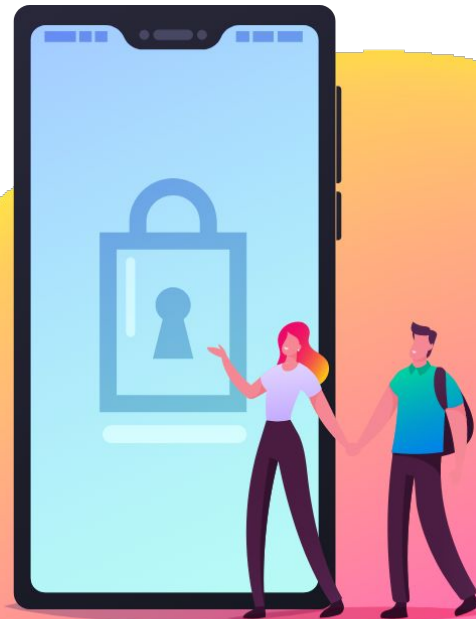
はじめに

本資料では、IDFAの取得オプトイン化による広告への影響と
「ポストIDFA時代におけるアプリマーケティング」について解説します。
「Firebase」や「GA4」を活用して、これらの問題を解決しましょう！



目次

1. IDFA取得オプトイン化とその影響
2. ポストIDFA
3. Firebase・GA4を活用したエンゲージメントマーケティング
4. 豊富な成功実績！イー・エージェンシーの実績紹介
5. 会社概要



IDFA取得オプトイン化とその影響

注目を集めているIDFAとはそもそも何か？
またその影響は何か？ご紹介します。

IDFA (Identifier for Advertisers) とは

IDFA (Identifier for Advertisers) とは、すべてのiOS端末に割り振られているユニークなIDの1つです。広告ID、広告識別子とも呼ばれ、アプリの「広告配信」や「広告効果計測」などの広告目的で端末を識別するために利用されてきました。

広告配信で集客を行う企業様にとって、馴染み深いIDの1つと言えるでしょう。



IDFA取得オプション化とは

iOS14.5前後でIDFA取得方法が変化し、オプション化！

以前はデフォルト設定で取得**可能**だったIDFAがiOS14.5以降デフォルト設定で取得**不可**となり、ユーザーからトラッキングを許可されないで取得できなくなりました。オプション設定するユーザーは少数と考えられ、**IDFAに頼らない解決が必要です。**

iOS14.4.2 以前



デフォルト設定
IDFA取得**可**

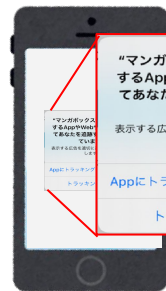


設定変更後
IDFA取得**不可** (LAT ON)

iOS14.5 以降



デフォルト設定
IDFA取得**不可**



ユーザーがトラッキング許可
IDFA取得**可**

“マンガボックス”が他社が所有するAppやWebサイトを横断してあなたの追跡する許可を求めています。
表示する広告を適切に選択するために使用します。

Appにトラッキングしないように要求

トラッキングを許可

IDFA取得オプトイン化による広告への影響

影響 1

ターゲティングの 精度低下

アプリに興味がありそうなユーザーのターゲティングにはIDFAが活用されているため、IDFAが取得できない場合は広告配信の最適化が難しくなり、場合によっては新規ユーザーの獲得コストが上昇してしまいます。

影響 2

広告効果計測の 精度低下

Adjust や AppsFlyer などの広告計測 SDK を利用したインストール元の計測やアプリ内イベントの計測にはIDFAを利用しているため、広告の効果計測の精度に影響が出てきます。

影響 3

リターゲティング広告 配信不可

ユーザーの休眠復帰目的などで主に活用されているリターゲティング広告ですが、IDFAが取得できないユーザーについてはターゲティングができないため、広告の配信ができなくなります。

新規ユーザーの獲得効率が低下する

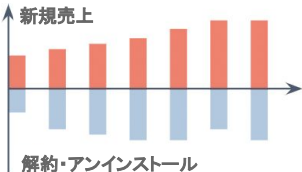
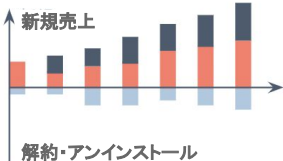
離脱ユーザーの
復帰が難しくなる

ポストIDFA

IDFAが取得できないことを前提とした
「ポストIDFA」の考え方についてご紹介します。

ポストIDFA時代におけるアプリマーケティング

広告効果の低下を見据えて、広告での「刈り取り型」から
継続利用してもらえる関係性を構築していく「**エンゲージメント型**」へ

	刈り取り型	エンゲージメント型
ビジネスゴール	今期の売上を最大化	将来の売上も見据えて最大化
実現手段	ニーズが顕在化しているユーザーに 広告を配信し、CV数を最大化	各ユーザーの属性や行動に合わせたコミュニケーションを取り、ユーザーとの関係性を構築
売上の特徴	新規ユーザーによる売上が多い	既存ユーザーの リテンション率が高く 売上（アップセル / クロスセル）が多い
売上・解約の推移	時が経つにつれて新規ユーザーの数が頭打ちになり、売上の伸びが鈍化 解約・アンインストール率が高い  新規売上 解約・アンインストール	時が経つにつれてアップセル / クロスセルが増えてくる 解約・アンインストール率が低い  新規売上 解約・アンインストール

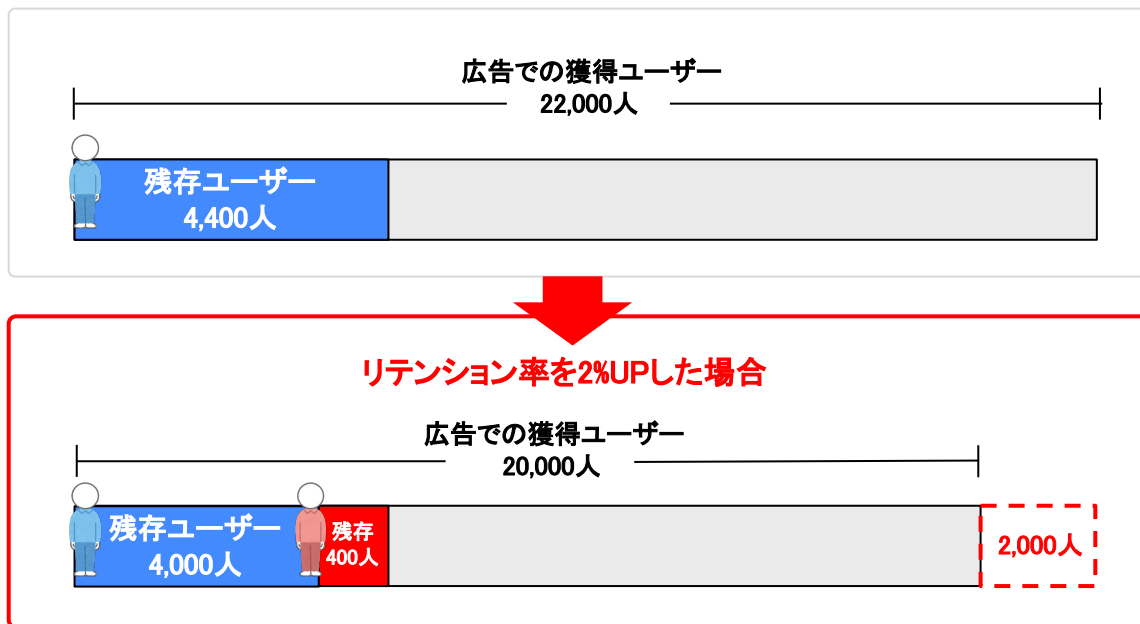
「エンゲージメント型」によるビジネスインパクト例

エンゲージメント型のマーケティングでリテンション率を向上

月間の広告予算: 2,200万円
CPI (Cost Per Install) : 1,000円
リテンション率: 20% の場合

リテンション率2%UPによって、
広告での獲得ユーザーを2,000人減ら
しても同じ残存ユーザーの数を残すこ
とが可能！

月間200万円(獲得ユーザー2,000人
分)の広告費削減に繋がり、リテンショ
ン率の向上が広告効果低下の補填や
コスト削減になります。



Firestore・GA4を活用した エンゲージメントマーケティング

エンゲージメントマーケティングを効果的に行うために最適な
FirestoreとGA4の活用についてご紹介します。

Firebaseを活用したエンゲージメントマーケティング（AARRR）

Firebaseなら分析から施策の実施・効果測定までを一貫して実行でき
効率的なエンゲージメントの向上が可能

	Acquisition ユーザー獲得	Activation ユーザー活性化	Retention 継続利用	Referral ユーザー紹介	Revenue 収益化				
	認知	インストール	初回起動	リピー特訪問	訪問定着	会員登録	紹介	初回購入	ロイヤル化
分析	  ＜流入元分析＞	 Google Analytics ＜エンゲージメント分析＞ GA4 エンゲージメントレポート		 Google Analytics ＜リテンション分析＞ ・GA4 維持率レポート ・GA4 コホートデータ探索レポート		 Firebase ＜エンゲージメント分析＞ ・GA4 エンゲージメントレポート ・GA4 集客レポート		 Firebase ＜コンバージョン分析＞ ・GA4 収益化レポート ・GA4 ユーザーのライフタイムレポート	
施策	      ＜集客施策＞ ・ASO ・広告施策	 Firebase ＜アンインストール防止・休眠防止施策＞ ・プッシュ通知 ・ABテスト		 Firebase ＜継続利用施策＞ ・プッシュ通知 ・アプリ内メッセージ		 Firebase ＜シェア施策＞ 成果判定可能なシェアリンク機能		 Firebase ＜CVR向上施策＞ ・ABテスト ・プッシュ通知 ・アプリ内メッセージ	

Firestoreの特徴

特徴 1



全てのビジネス向け機能が 無料で利用可能

アナリティクスの分析機能に留まらず、プッシュ通知やアプリ内メッセージ、ABテストなどの機能が無料で利用可能。

特徴 2



高速な PDCAサイクル

計測したデータを分析だけでなく、施策のターゲティングにも利用でき、分析で得られたインサイトを基に仮説立案～リスト作成～施策実行～評価をスピーディーに実現可能。

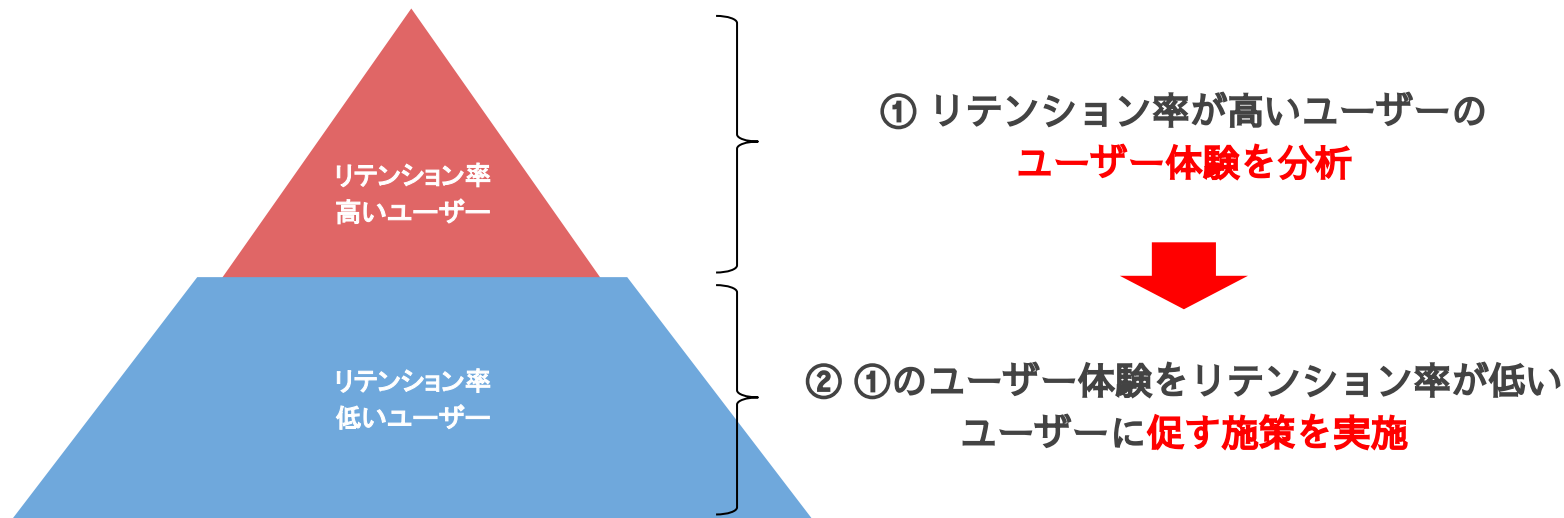
特徴 3



BigQuery・Google 広告と シームレスなデータ連携

Firestoreで計測したデータを簡単な連携設定でBigQueryやGoogle広告に連携でき、CRMデータ等とデータ統合して可視化や施策実行を行ったり、広告の最適化に繋げることが可能。

リテンション率が高いユーザーの「ユーザー体験」を
他のユーザーに促すことでリテンション率を向上！



① リテンション率が高いユーザーの「ユーザー体験」を分析

GA4の「コホートデータ探索」を利用し、リテンション率が高いユーザーの「ユーザー体験」を分析します。

指定したユーザーセグメントの再訪率（リテンション率）やリピートコンバージョンなどの推移を「日・週・月」単位で詳細に分析することができます。



コホートデータ探索

ユーザー行動別にセグメントを作成し
リテンション率の高いユーザーの体験を
特定

各セグメントはコホートのサイズで割った「利用ユーザー」の合計（「すべてのイベント」の集計）がその月に発生したユーザー

Based on device data only

	月 0	月 1	月 2	月 3
全ユーザー	100%	26.74%	30.92%	36.95%
5月19日～2021年5月...	100%	45.75%	44.5%	36.95%
6月1日～2021年6月...	100%	40%	31.56%	
7月1日～2021年7月...	100%	29.33%		
8月1日～2021年8月...	100%			
行動A発生ユーザー	100%	79.86%	74.06%	67.17%
5月19日～2021年5月...	100%	79.63%	75.54%	67.17%
6月1日～2021年6月...	100%	80.74%	71.4%	
7月1日～2021年7月...	100%	80.5%		
8月1日～2021年8月...	100%			
行動B発生ユーザー	100%	89.71%	86.58%	80.76%
5月19日～2021年5月...	100%	91.01%	88.99%	80.76%
6月1日～2021年6月...	100%	89.12%	79.43%	
7月1日～2021年7月...	100%	83.19%		
8月1日～2021年8月...	100%			

② リテンション率が低いユーザーに①の「ユーザー体験」を促す施策を実施

①で「お気に入り登録を5回以上したユーザー」がリテンション率が高いと判明した場合

施策案 1

お気に入り登録機能を
アプリ内メッセージで紹介



お気に入り登録0回の
オーディエンス



アプリ内メッセージ

施策案 2

お気に入り登録ボタンの
形や文字・位置などをABテスト



お気に入り登録1回～4回の
オーディエンス



ABテスト

豊富な成功実績！ イー・エージェンシーの実績紹介

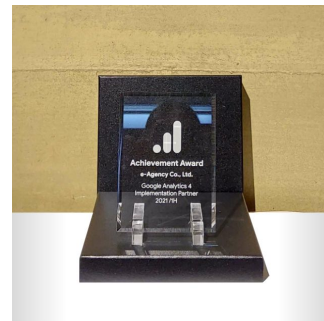
GA4の豊富な導入実績と
国内トップクラスのGA360導入実績についてご紹介します。

Google社からの表彰実績

Google社よりアワード受賞 GA4の数多くの導入支援実績を評価 2021年上半期

Google社より2021年上半期における Google アナリティクス 4 プロパティ（GA4）の数多くの導入支援実績を評価され、認定セールスパートナーとしてアワードを受賞しました。

アワードでは、国内有数のデータ活用に積極的なクライアント企業様への導入実績に加えて、導入したクライアント企業様のビジネスへの貢献についても評価されております。



Google マーケティング プラットフォーム日本版公式ブログに
「Google アナリティクス 4 プロパティ導入プロジェクトを助ける
パートナー紹介」として掲載されました

Google マーケティング プラットフォーム日本版公式ブログ
2021年7月9日(金)

<https://analytics-ja.googleblog.com/2021/07/GA4-partners.html>



様々なお客様をご支援！ 国内実績**トップクラス**のGA360導入実績



2022年10月現在

他「通信キャリア」「人材」「航空」「インフラ」「新聞社」
「経済誌」「出版社」「ポータルサイト」**大手企業様など多数**

会社概要

イー・エージェンシーについてご案内します

GMPのリセラーとして、ライセンス販売も行っております

豊富な実績でツールの活用をサポート

Google アナリティクス 360・Google オプティマイズ 360の販売と、Google アナリティクス 360を弊社からご利用のお客様に各種サポートサービスを提供しております。

導入支援・活用サポート

プロダクト販売

 Analytics 360

 Optimize 360

 Google アナリティクス 4 プロパティ

 Tag Manager 360

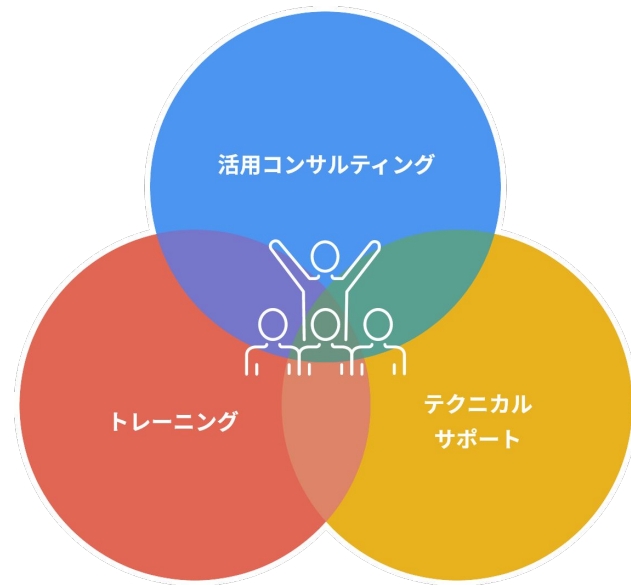
 Firebase※

 Google Data Portal

※Google アナリティクス for Firebase、A/B Testing機能のみサポート対象

お問い合わせ：<https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/inquiry/>

資料請求：https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/whitepaper/gmp_license_20210708/

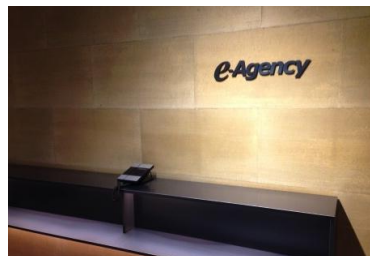


Google Marketing Platform
Sales Partner

Google Cloud
Partner



データドリブン、グローバルEC、地元創生の分野で “おもてなしを科学する”



①データ・ドリブン事業

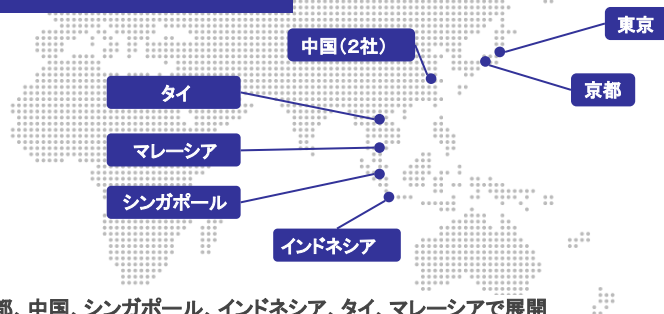
- ・ Google アナリティクス360スイート
- ・ データ統合サービス、データ活用サービス
- ・ A/Bテスト・ウェブ接客パーソナライズ
- ・ ウェブインテグレーション

②クラウドASPプロダクト

③グローバルEC・マーケティング事業

④地元創生事業

国内2拠点＋海外6拠点で
事業を展開しています。



東京、京都、中国、シンガポール、インドネシア、タイ、マレーシアで展開

設立	1999年1月6日
代表取締役	甲斐 真樹
従業員数	国内115名 / 海外115名 ※グループ会社含む
資本金	9500万円
所在地・TEL	東京本社 〒 100-0006 東京都千代田区有楽町1-9-4 蚕糸会館4階
	京都事務所 〒 605-0874 京都市東山区常盤町459-23 清水おかげ庵
グループ会社	株式会社おかげ(京都インバウンド) 株式会社シンプルメーカー(アプリ開発) 上海易愛信息技术有限公司(中国:上海) 江蘇東方易城網絡科技有限公司(中国:江蘇 ※上海隣接) EASG.PTE.LTD(シンガポール / インドネシア:ジャカルタ) i-comm avenu (Malaysia) Sdn. Bhd.(マレーシア:クアラルンプール) i-comm avenu (Thailand) Co., Ltd.(タイ:バンコク)



Google Marketing Platform
Sales Partner

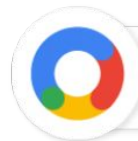


Google Cloud
Partner



Google 認定パートナー

イー・エージェンシーは
「Google マーケティングプラットフォーム」
「Google クラウドプラットフォーム」
「Looker」の 認定パートナーです



Google Marketing Platform
Sales Partner



Google Cloud
Partner



Looker
Technology Partner

STANDARD

「Looker」とは？

Lookerは、GoogleアナリティクスをはじめとするGoogleマーケティングプラットフォームのデータとお客様データを統合し、リアルタイム分析から広告施策やメール施策などのアクションにつなげることが可能なデータプラットフォームです。

また、組織におけるデータカオスを解決し、正しい意思決定を行うことができるデータガバナンス機能や、社内外のステークホルダーにシームレスにデータを共有する機能も備えています。

アナリティクス アソシエーション (a2i.jp) への資本参加

イー・エージェンシーは、アナリティクスアソシエーション (a2i.jp) の構成メンバーとして事業運営に参画し、データアナリティクス業界の一員としてアナリティクス人材を支援するとともに、データの解析や活用、データドリブンマーケティングの支援と発展に取り組んでいます。

アナリティクス アソシエーション (a2i.jp) とは？

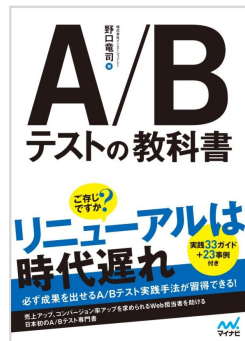
2008年12月「アクセス解析イニシアチブ」として活動開始。2009年4月に正式発足。2014年6月より「アナリティクス アソシエーション (a2i.jp)」に名称変更。2018年5月現在、約6,500名の会員（個人・法人）を擁する。会員をはじめアナリティクスに従事する人々がビジネス現場のキーパーソンとして活躍できるよう、スキルアップの支援、経験や事例の共有、交流のサポート等を実施。成長やキャリアアップの場作りとして、セミナーや相談会など各種イベントの開催、メールマガジンの発行、人材の交流支援等を行っている。



【セミナーレポート】a2iウェビナーに
「GA4への移行の現場から」というテーマ
で登壇 レポート

<https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/blog/3728/>

当社のナレッジを体系化・出版したマーケティング本



日本人で初の
A/Bテスト
専門書



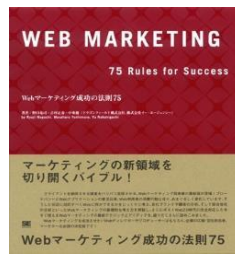
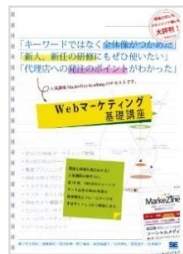
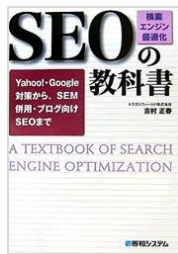
Google
アナリティクス
講座



アクセス解析
ウェブ改善



ECサイト
改善
JADMA賞
受賞作



お気軽にお問い合わせください データ活用のプロフェッショナルがお待ちしております！

当資料やサービスのお問い合わせはこちら

<https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/inquiry/>

**GMPプロダクト販売と導入支援・活用サポートも
ご提供しています！**

GMPプロダクト販売と導入支援・活用サポートのお問い合わせ

<https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/inquiry/>

GMPプロダクト販売と導入支援・活用資料ダウンロード

https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/whitepaper/gmp_license_20210708/

